

KOD ETIKA PENYIARAN JABATAN PENYIARAN MALAYSIA

BAHAGIAN 1

PENGENALAN

KANDUNGAN :

BAB 1 : PENGENALAN

1.1 PRAKATA

1.2 DASAR AM

1.3 TUJUAN

1.4 SASARAN

1.5 TAFSIRAN

1.6 LIPUTAN

BAB 1

PENGENALAN

1.1 PRAKATA

Kod Etika Penyiaran RTM merupakan garis panduan kepada penyiar RTM sama ada Penerbit, Pengarah, Pembekal Rancangan, Pengiklan, Juruhebah, Wartawan, Pengacara, Pembaca Berita, Karyawan, Artis, petugas atau sesiapa saja yang melibatkan diri dalam penyiaran RTM.

Kod Etika ini mencatatkan garis panduan kepada setiap bahan penyiaran yang disiarkan melalui radio dan televisyen RTM atau apa-apa yang terkandung dalam bahan penyiaran RTM.

Kod ini menggariskan RTM adalah saluran penyiaran Kerajaan dan ia berkepentingan politik Kerajaan Malaysia.

1.2 DASAR AM

Kod Etika Penyiaran RTM dirangka untuk melindungi kepentingan orang awam, Negara dan Kerajaan daripada anasir-anasir yang boleh mengancam perpaduan dan pertubuhan Negara yang disebarkan melalui media penyiaran. Garis Panduan ini juga diwujudkan atas dasar tanggungjawab dan kepekaan Kerajaan terhadap kehendak masyarakat, tatanilai dan sosio-budaya Negara serta hasrat Kerajaan untuk mewujudkan satu bangsa yang bertamadun, berbudaya maju dan bermoral tinggi.

1.3 TUJUAN

- 1.3.1 Memberi garis panduan kepada penyiar mengenai bahan penyiaran RTM;
- 1.3.2 Memberi kebebasan untuk penyiar berkarya dan kreativiti tetapi tertakluk kepada tanggungjawab bagi memastikan hasil produk itu beretika dan memenuhi tanggungjawab sosial kepada masyarakat ;
- 1.3.3 Melakarkan dan mengikuti perkembangan tahap piawai, aliran sensitiviti peringkat kebangsaan dan antarabangsa ;
- 1.3.4 Tidak bercanggah dengan Keluhuran Perlembagaan, Undang-Undang dan Rukun Negara.

1.4 SASARAN

Semua penyiar yang melibatkan diri dalam penyiaran RTM.

1.5 TAFSIRAN

Di dalam garis panduan ini, di dalam bidang penyiaran RTM, istilah-istilah atau perkataan-perkataan yang digunakan hendaklah bermaksud asalnya melainkan konteks memerlukan maksud yang berlainan. Sekiranya timbul apa-apa keraguan atau kekaburan, perkara tersebut hendaklah dirujuk kepada Ketua Pengarah Penyiaran untuk tafsiran. Keputusan dan tafsiran tersebut hendaklah dianggap sebagai muktamad.

- 1.5.1 “Bahan siaran radio” ertinya apa-apa isyarat yang dipancarkan oleh sesuatu stesen penyiaran bagi penerimaan dalam bentuk aural yang dipancarkan untuk penerimaan oleh orang awam ;

- 1.5.2** “Bahan siaran TV” ertinya apa-apa isyarat yang dipancarkan oleh sesuatu stesen penyiaran sama ada bagi penerimaan dalam bentuk aural atau visual atau kedua-duanya dan termasuklah apa-apa jua jenis maklumat yang dipancarkan untuk penerimaan oleh orang awam ;
- 1.5.3** “Siaran” ertinya penyiaran rancangan Radio dan TV dalam apa jua bentuk dan format dalam masa siaran ;
- 1.5.4** “Berita Radio” ertinya laporan fakta dan maklumat terkini mengenai peristiwa penting dalam dan luar Negara yang mempunyai nilai berita yang tinggi serta menarik perhatian dan melibatkan sebilangan besar anggota masyarakat dan disiarkan melalui radio ;
- 1.5.5** “Berita TV” ertinya laporan fakta dan maklumat terkini mengenai peristiwa penting dalam dan luar negara yang mempunyai nilai berita yang tinggi serta menarik perhatian dan melibatkan sebilangan besar anggota masyarakat dan disiarkan melalui TV ;
- 1.5.6** “Menteri” ertinya Menteri yang bertanggungjawab bagi Media Penyiaran Kerajaan ;
- 1.5.7** “Penjadualan” ertinya susunan bahan-bahan siaran dalam suatu jadual dengan format tertentu berdasarkan kesesuaian waktu, sasaran penonton dan objektif penyiaran ;
- 1.5.8** “Iklan” ertinya bahan siaran yang bertujuan untuk memperkenalkan atau mempromosikan sesuatu produk di radio atau TV dan dikenakan bayaran mengikut kadar yang ditetapkan ;
- 1.5.9** “Promo” ertinya bahan siaran yang bertujuan untuk memperkenalkan atau mempromosikan sesuatu perkara atau acara di Radio dan TV sama ada dikenakan bayaran atau percuma ;
- 1.5.10** “Kapsul” ertinya bahan siaran yang mengandungi petikan atau sedutan kata-kata ucapan dan ceramah bernas yang berjangka masa tidak melebihi 3 minit setiap kapsul ;

- 1.5.11** “Treler” ertinya bahan siaran yang menyerupai dokumentari berjangka masa tidak melebihi 15 minit yang bertujuan untuk menyampaikan maklumat dan penerangan mengenai sesuatu perkara penting ;
- 1.5.12** “Selingan” ertinya bahan siaran dalam apa jua format yang berfungsi sebagai penghubung antara satu rancangan dengan rancangan berikutnya ;
- 1.5.13** “Pengumuman Awam” ertinya hebahan yang menyalurkan maklumat dan penerangan dasar, program dan aktiviti semasa agensi Kerajaan atau pertubuhan kepada masyarakat ;
- 1.5.14** “Pengumuman Khas” ertinya hebahan yang disiarkan mengenai sesuatu perkara penting yang perlu mendapat pengesahan daripada pihak-pihak berkuasa tertentu ;
- 1.5.15** “Siaran Langsung” ertinya kaedah penyiaran rancangan secara terus menerus dari lokasi ;
- 1.5.16** “Lintas langsung atau *cross-over*” ertinya penyiaran keseluruhan atau sebahagian dari sesuatu acara dalam waktu sebenar acara tersebut di dalam rancangan lain ;
- 1.5.17** “*Crawling*” ertinya kaedah penyiaran maklumat ringkas secara bertulis yang bergerak melintasi skrin TV ;
- 1.5.18** “Siaran Khas” ertinya siaran sesuatu peristiwa penting atau bersejarah secara ‘*ad hoc*’ ;
- 1.5.19** “Siaran Tertunda” ertinya siaran sesuatu peristiwa atau acara penting yang dirakam dan disiarkan terkemudian daripada masa acara sebenar ;
- 1.5.20** “Kempen” ertinya mesej mengandungi propaganda yang disiarkan berulang kali ;

- 1.5.21** “Hos Penyiar” ertinya sesebuah organisasi yang dilantik untuk mengendalikan operasi liputan dan juga pengagihan isyarat televisyen dan / atau radio sesuatu acara atau peristiwa bagi pihak penganjur dan pemegang hak siaran;
- 1.5.22** “Media Rasmi” ertinya sesebuah organisasi yang dilantik untuk menyiarkan liputan sesuatu acara dan memegang hak siaran ;
- 1.5.23** “Hak Siaran” ertinya hak dari segi perundangan untuk menyiarkan sesuatu acara atau peristiwa ;
- 1.5.24** “Penyiar” ertinya sesebuah organisasi, kumpulan atau orang perseorangan yang melibatkan diri atau menghasilkan sesuatu karya, penerbitan atau siaran dalam bidang penyiaran ;
- 1.5.25** “Penyiaran” ertinya pancaran *signal* elektronik daripada sesuatu sumber melalui telekomunikasi di ruang angkasa untuk didapatkan kembali melalui radio dan televisyen ;
- 1.5.26** “Penganjur” ertinya sesebuah organisasi atau kumpulan atau orang perseorangan yang menganjur sesuatu acara ;
- 1.5.27** “Penaja” ertinya sesebuah organisasi atau kumpulan atau orang perseorangan yang menaja kos sesuatu acara atau sebahagian darinya ;
- 1.5.28** “Karyawan” ertinya sesebuah organisasi atau kumpulan atau orang perseorangan yang bergiat dan melibatkan diri menghasilkan sesuatu karya seni ;
- 1.5.29** “Artis” ertinya mereka yang mempamerkan profesion mereka untuk tontonan ramai termasuklah penyanyi, pelakon, pelawak, pemuzik, pemain silap mata, penari, peragawan, pelukis, penyair, pengarah, penerbit, pengacara, pembaca berita, pengulas sukan, pengerusi majlis, penyajak, penggubah dan

penulis lirik lagu, penulis skrip, panel hakim, tetamu dan peserta pertandingan;

1.5.30 “Pembekal” ertinya mana-mana syarikat yang berdaftar yang telah dipilih oleh Kementerian Penerangan untuk membekalkan rancangan kepada RTM ;

1.5.31 “Kementerian” ertinya Kementerian Penerangan yang bertanggungjawab ke atas RTM ;

1.6 LIPUTAN

Garis panduan ini meliputi semua jenis rancangan dan bahan yang disiarkan melalui radio dan televisyen RTM.

1.7 KANDUNGAN

Kod Etika Penyiaran RTM terdiri daripada :

1.7.1 Garis Panduan Siaran TV

1.7.2 Garis Panduan Penerbitan TV

1.7.3 Garis Panduan Artis

1.7.4 Kod Etika Pengiklanan

1.7.5 Kod Generik

1.7.6 Garis Panduan Penggunaan Bahasa Malaysia Dalam Siaran RTM

BAHAGIAN 2

Garis Panduan Siaran TV

KANDUNGAN :

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 DASAR AM

1.2 TUJUAN

1.3 SASARAN

1.4 TAFSIRAN

1.5 LIPUTAN

1.6 TARIKH KUATKUASA

BAB II : BAHAN-BAHAN SIARAN (KANDUNGAN)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 DASAR AM

Garis Panduan ini dirangka untuk melindungi kepentingan orang awam, Negara dan Kerajaan daripada anasir-anasir yang boleh mengancam perpaduan dan pertubuhan Negara yang disebarkan melalui media penyiaran. Garis Panduan ini juga diwujudkan atas dasar tanggungjawab dan kepekaan Kerajaan terhadap kehendak masyarakat, tatanilai dan sosio-budaya Negara serta hasrat kerajaan untuk mewujudkan satu bangsa yang bertamadun, berbudaya maju dan bermoral tinggi.

1.2 TUJUAN

Memastikan semua bentuk penyiaran melalui radio dan televisyen di Malaysia memenuhi dasar-dasar dan aspirasi Negara ke arah pencapaian Wawasan 2020.

1.3 SASARAN

Garis Panduan ini ditujukan kepada mereka yang terlibat dalam siaran apa jua bahan siaran di radio dan TV.

1.4 TAFSIRAN

Di dalam garis panduan ini, perkataan-perkataan yang digunakan hendaklah bermaksud asalnya melainkan konteks mengkehendaki maksud yang berlainan. Sekiranya timbul apa-apa keraguan atau kekaburan, perkara tersebut hendaklah dirujuk kepada Ketua Pengarah Penyiaran untuk tafsiran. Keputusan olehnya dan tafsiran tersebut hendaklah dianggap sebagai muktamad. Sila rujuk Tafsiran, Bahagian 1.

1.6 LIPUTAN

Garis Panduan ini meliputi semua stesen penyiaran RTM.

1.7 TARIKH KUATKUASA

Garis Panduan ini hendaklah berkuatkuasa mulai Januari 2003.

BAB II

BAHAN-BAHAN SIARAN

2.1 CIRI-CIRI BAHAN SIARAN YANG BOLEH DISIARKAN

- 2.1.1 Menyokong wawasan Negara;
- 2.1.2 Menghormati sensitiviti / kepekaan rakyat;
- 2.1.3 Memaparkan keindahan dan kemajuan Negara;
- 2.1.4 Mengutamakan objektiviti dan pemaparan fakta;
- 2.1.5 Menggambarkan masyarakat berbilang kaum.

2.2 CIRI-CIRI BAHAN YANG TIDAK BOLEH DISIARKAN

2.2.1 Ideologi dan politik :

- a) Menunjukkan ideologi yang bertentangan;
- b) Bahan siaran dari negara-negara komunis ataupun dari negara yang tidak mempunyai hubungan diplomatik melainkan dengan kebenaran;
- c) Menjejaskan imej Malaysia dan memperkecil-kecilkan negara yang ada hubungan baik dengannya;
- d) Mengeksploitasi isu-isu perkauman;
- e) Menggambarkan negara Malaysia yang tidak kemas kini dan mengandungi fakta-fakta yang tidak tepat.

2.2.2 Aspek Keagamaan

- a) Mempunyai unsur-unsur tidak mempercayai Tuhan melainkan berkesudahan dengan keimanan dan keinsafan
- b) Merosakkan kerukunan umat beragama
- c) Mengandung penghinaan terhadap mana-mana agama di Malaysia
- d) Memaparkan amalan-amalan yang bertentangan dengan ajaran Al-Quran

- e) Menyinggung perasaan dan sentimen mana-mana kaum atau penganut agama.

2.2.3 Ketertiban dan Ketatasusilaan

- a) Mengandung hasutan untuk melakukan perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang dan peraturan-peraturan negara;
- b) Mempaparkan *modus operandi* kejahatan secara terperinci dan mudah menimbulkan rangsangan untuk menirunya;
- c) Mendorong penonton untuk bersimpati terhadap pelaku kejahatan dan perbuatan jahat itu sendiri;
- d) Memenangkan kejahatan atas keadilan dan kebenaran;
- e) Menimbulkan sentimen kesukuan, keagamaan, asal keturunan dan antara golongan;
- f) Menggambarkan dan membenarkan penyalahgunaan serta kenikmatan dadah dan ubat-ubat terlarang lainnya;
- g) Menunjukkan kezaliman, kekejaman, keganasan, kekerasan dan kengerian di antara manusia sesama manusia dan manusia terhadap binatang;
- h) Memaparkan agenda-agenda jenayah yang menunjukkan kemenangan penjenayah pada akhirnya;
- i) Menunjukkan perlakuan-perlakuan yang mengghairahkan;
- j) Menunjukkan perlakuan yang tidak senonoh atau kurang sopan dan bertentangan dengan nilai-nilai murni masyarakat Malasysia,
- k) Menunjukkan *close up* pakaian baju mandi atau seluar pendek baik lelaki atau perempuan kecuali siaran liputan sukan.

2.2.4 Aspek Sosial Dan Budaya

- a) Bercanggah dengan peruntukan Akta Hasutan 1948 (disemak 1969) ;

- b) Merosak, membahayakan dan tidak sesuai dengan norma-norma kesopanan umum di Malaysia ;
- c) Mengandung ejekan yang menimbulkan kekeliruan terhadap adat istiadat yang diamalkan di Malaysia ;
- d) Mengarahkan simpati kepada pelaku-pelaku serta perbuatan tidak bermoral dan jahat ;
- e) Memberi perangsang dan pengalaman kepada perkembangan '*Counter Culture*'
- f) Menetapkan identiti satu-satu kaum di negara ini dengan jenis pekerjaan tertentu ;
- g) Menonjolkan / mengagung-agungkan agama lain selain daripada agama islam.
- h) Mengandung adegan khinzir (babi).
- i) Mengagung-agungkan seni mempertahankan diri (*martial arts*) asing seperti kungfu melainkan melainkan dengan kebenaran.

2.3 SEMUA BAHAN SIARAN MESTI MEMATUHI GARIS PANDUAN YANG DITETAPKAN

- 2.3.1 Garis Panduan Penerbitan
- 2.3.2 Garis Panduan Artis Semasa Membuat Persembahan di RTM
- 2.3.3 Kod Etika Pengiklanan
- 2.3.4 Kod Etika Penyiaran
- 2.3.5 Garis Panduan Penggunaan Bahasa Malaysia Standard RTM
- 2.3.6 Garis Panduan Penilaian lagu-Lagu Siaran RTM

BAHAGIAN 3

Garis Panduan Penerbitan TV

KANDUNGAN :

BAB 1 : PENDAHULUAN

- 1.1 DASAR AM**
- 1.2 TUJUAN**
- 1.3 SASARAN**
- 1.4 TAFSIRAN**
- 1.5 LIPUTAN**
- 1.6 TARIKH KUATKUASA**

BAB II : PRINSIP DAN ETIKA

BAB III : PENGUBALAN

BAB IV : JENIS RANCANGAN

BAB V : BENTUK RANCANGAN

- 5.1. KONSEP DAN FORMAT**
- 5.2. PENGARAHAN / *TREATMENT***
- 5.3. MESEJ**
- 5.4. *SETTING***
- 5.5. AUDIO DAN VISUAL**
- 5.6. NILAI BINTANG / KOMERSIAL**
- 5.7. PELAKSANAAN**

BAB VI : AM

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 DASAR AM

Garis panduan ini dirangka kepada penyiar untuk menghasilkan karya penerbitan bermutu tinggi, ada nilai komersial, bermoral, memenuhi citarasa penonton, menunaikan aspirasi dan Wawasan 2020, mendaulatkan keluhuran Perlembagaan, Undang-Undang dan Rukun Negara serta memenuhi tahap piawaian kejuruteraan RTM.

1.2 TUJUAN

Memastikan semua bentuk penerbitan rancangan yang disiarkan di RTM memenuhi dasar-dasar dan aspirasi Negara ke arah pencapaian Wawasan 2020.

1.3 SASARAN

Garis panduan ini ditujukan kepada mereka yang terlibat dalam penerbitan apa jua bahan rancangan yang disiarkan melalui rangkaian saluran RTM.

1.4 TAFSIRAN

Penerbitan ialah satu proses penyediaan rancangan televisyen dari permulaan idea hingga selesai pelaksanaannya. Proses ini melibatkan kerja-kerja prapenerbitan, penerbitan dan pascapenerbitan.

1.5 LIPUTAN

Garis panduan ini meliputi semua jenis dan bentuk rancangan televisyen sama ada terbitan RTM atau dibekalkan untuk siaran melalui saluran televisyen RTM.

1.6 TARIKH KUATKUASA

Garis panduan ini mula dikuatkuasakan pada Januari 2003.

BAB II

PRINSIP DAN ETIKA

Setiap bentuk persembahan penerbitan rancangan yang disiarkan melalui saluran radio dan televisyen RTM, sama ada terbitan dalaman atau dibekalkan oleh pihak luar, wajib mematuhi undang-undang negara, peraturan-peraturan dan nilai-nilai yang sedia ditetapkan. Antaranya :

- 2.1 Rukun Negara
- 2.2 Sosiobudaya Malaysia
- 2.3 Garis Panduan Penapisan LPF (Lembaga Penapis Filem Malaysia)
- 2.4 Misi dan Visi Jabatan Penyiaran
- 2.5 Dasar-dasar semasa kerajaan
- 2.6 Undang-undang dan Akta yang berkaitan

BAB III

PENGUBALAN

3.1 Satu rangka kod kandungan telah digubal untuk mempertingkatkan karya dan kreativiti di samping memelihara aspek nilai-nilai keagamaan, sosiobudaya berbilang kaum dan peka terhadap sensitiviti di Malaysia.

3.1.1 Melarang kandungan yang tidak sopan :

Bahan yang menyinggung, sombong dan tertentangan dengan perlakuan

yang diterima pakai oleh masyarakat setempat.

Contoh :

- Pakaian
- Kelakuan
- Percakapan / *Link*
- Bunyi
- Simbol
- Grafik

3.1.2 Melarang kandungan yang lucah :

Mengandung unsur-unsur seks kerana penggambaran adegan berahi yang menyinggung tatasusila dan kesopanan.

Contoh :

- Adegan rogol
- Adegan berahi
- Bogel
- Kegiatan seks manusia atau haiwan
- Pornografi

3.1.3 Melarang kandungan tidak benar :

Mengandung bahan palsu, mengelirukan, meragukan dan maklumat tidak lengkap.

Contoh :

- Petikan Al-Quran tidak lengkap
- Petikan Hadith tidak lengkap
- Tahyul

3.1.4 Melarang kandungan mengancam melalui kata-kata atau perbuatan:

Kandungan yang mendorong keganasan, mencederakan, berniat buruk serta menggalakkan perlakuan jenayah dan kacau bilau dari segi mental dan fizikal.

Contoh :

- Keganasan
- Adu Domba
- Pengapian
- Zalim
- Hasutan
- Ketenteraman Awam
- Perkauman
- Penderaan terhadap manusia dan haiwan
- Kerosakan alam sekitar

3.1.5 Kandungan menyinggung perasaan :

Merujuk kepada sebarang gambaran (perkataan, bunyi atau visual) yang boleh merendahkan martabat seseorang atau sekumpulan orang berdasarkan kaum, etnik, agama,

kewarganegaraan, jantina atau orang kurang upaya secara mental dan fizikal.

Contohnya :

- Kehidupan daif
- Kelemahan
- Sosiobudaya
- *Stereo typing* mengaitkan unsur negatif sesuatu etnik
- Mencaci
- Keaiban

3.1.6 Kandungan kekeluargaan

Gambaran nilai-nilai murni dalam sesebuah keluarga.

Contoh :

- Hormat menghormati
- Kasih sayang
- Kemesraan
- Berbudi bahasa
- Kesedaran Sivik
- Teladan yang baik
- Elak temuramah kanak-kanak mengenai isu-isu rahsia keluarga
- Tidak mengeksploitasi kanak-kanak

3.1.7 Kandungan Perpaduan Kaum

Mewujudkan perpaduan, kehormonian, muhibah seperti :

- Berbilang kaum
- Nilai-nilai murni
- Integrasi nasional
- Kebudayaan
- Semangat patriotik

3.1.8 Kandungan Sensiviti Agama

Menghormati pegangan agama :

- Tidak mempercayai agama
- Penghinaan terhadap agama
- Amalan yang bertentangan dengan ajaran Al-Quran
- Tidak boleh menggambarkan wajah, suara, watak Allah dan Nabi-Nabi.
- Peristiwa yang benar berlaku dan dilokankan semula hendaklah diberitahu lakon semula (di Radio) atau dinyatakan **LAKON SEMULA** (di TV).

3.2 Perlindungan kanak-kanak

3.2.1 Bahasa yang digunakan harus memberi teladan dan kesan yang baik kepada kanak-kanak. Ini untuk mengelakkan peneladanan. Elakkan penggunaan bahasa kesat, bahasa pasar, bahasa lucah dan bahasa yang memberi konotasi dan interpretasi yang negatif.

3.2.2 Audio dan Visual

Menyumbangkan kepada perkembangan social, emosi, intelektual dan fizikal kanak-kanak.

Tidak mengandungi :

- Babak yang boleh mendatangkan, menimbulkan, membawa kesan kepuasan daripada kesakitan atau keaiban;
- Perbuatan yang merbahaya. Sekiranya perlu – *caption* : **JANGAN TIRU ADEGAN INI** hendaklah dipaparkan ;
- Tema yang bertentangan undang-undang dan peraturan;
- Adegan tidak menghormati orang tua, tidak berakhlak mulia dan gaya hidup yang tidak sihat;

- Unsur eksploitasi dan komersialisme;
- Gambaran gaya hidup negatif : makan *junk food*;
- Adegan yang mengajar dan menggunakan *props* yang berbahaya. Contoh: senjata api, mancis, pisau;
- Adegan yang mendorong keganasan;
- Adegan yang menjurus kepada perlakuan seks;

3.2.3 Kategori Kanak-kanak :

Berumur bawah 15 tahun

3.2.4 Definisi Rancangan Kanak-kanak :

Rancangan untuk mengisi keperluan, difahami dan dihargai kanak-kanak.

3.2.5 Prinsip dan Etika Kanak-kanak :

- Akta Perlindungan kanak-Kanak
- Akta Kanak-kanak – UNICEF

3.3 Penggunaan Bahasa

- Bahasa rojak tidak dibenarkan. Penggunaannya dibenarkan dalam konteks yang tertentu mengikut keperluan cerita tetapi hendaklah tidak keterlaluan ;
- Berpandukan kepada garis panduan Dewan Bahasa dan Pustaka;
- Seboleh-bolehnya menggunakan bahasa Melayu standard selanga kaum;
- Rancangan berbahasa Melayu, perlu diberi sari kata sekiranya ada dialog, temuramah, suara latar selain Bahasa Melayu (tidak termasuk siaran langsung);
- Dialek bahasa boleh digunakan dalam keadaan tertentu;
- Penemuramah hendaklah menggunakan Bahasa Melayu standard.
- Bahasa kesat / lucah tidak dibenarkan ;

- Penggunaan bahasa yang mempunyai dwimakna yang boleh menyinggung perasaan penonton hendaklah dielakkan;

3.4 Aural / Visual :

- Elakkan aural / visual yang menjatuhkan imej seseorang ;
- Aural / visual yang tidak menjijikkan ;
- Elak aural / visual ganas / mengerikan ;

3.5 *Setting*

Mesti merujuk kepada konsep, format dan jenis rancangan penerbitan Radio atau TV yang hendak dilaksanakan.

BAB IV

JENIS RANCANGAN

4.1 Berfakta (*Factual*)

Rancangan yang berlandaskan kenyataan, realiti dan faktor-faktor yang benar yang boleh disokong dengan sumber maklumat fakta dan angka-angka serta data informasi.

4.2 Bukan Berfakta (*Non Factual*)

Rancangan rekaan sama ada berdasarkan kepada realiti atau khayalan atau gabungan kedua-duanya.

Rancangan *factual* adalah terdiri daripada jenis rancangan laporan dan pemberitaan berkisar isu semasa dan pengetahuan am seperti rancangan Berita dan Ehwal Semasa, Bicarawara, Majalah, Dokumentari, Sukan, Gaya Hidup dan sebagainya.

Rancangan bukan *factual* pula adalah rekaan untuk menghibur di samping memberi pendidikan dan mesej. Ia boleh dalam dipaparkan berbentuk Drama, Telemovie, Drama Bersiri Mini, *Sitcom*, Rancangan Hiburan, Muzikal, Konsert, Pertandingan Bakat, Candawara, Telenovela, Animasi, Teater, Seni dan Budaya, Wanita, Remaja dan Kanak-kanak.

BAB V

BENTUK RANCANGAN

Ada tiga (3) jenis ;

5.1 Siaran Langsung :

Rancangan yang disiarkan terus dari lokasi atau studio.

5.2 Rakaman

Rancangan yang dirakamkan dan dipakej untuk siaran pada tarikh yang akan ditetapkan.

5.3 Siaran Tertunda

Rancangan yang dirakamkan dan disiarkan pada jarak masa yang dekat dengan masa rakaman.

BAB VI

CIRI-CIRI PENERBITAN

6.1 KONSEP DAN FORMAT

Setiap rancangan bermula dengan idea, jenis rancangan, bentuk persembahan, format dan kaedah penerbitan hinggalah pelaksanaannya. Ia haruslah imajinatif dan mampu berkomunikasi dengan penonton. Ia mampu membawa tujuan rancangan kepada penonton sasaran dan menarik minat mereka untuk terus menonton. Ia juga harus mampu menarik minat para pengiklan.

6.2 PENGARAHAN

Pengarah perlu peka dan mampu menterjemahkan keperluan skrip ke skrin televisyen, sensitif dan peka terhadap apa yang tersurat dan tersirat. Pengarah juga harus peka kepada keadaan semasa, memahami garis panduan dan keperluan RTM sebagai stesen dan agensi Kerajaan. Pengarahan adalah pelaksanaan karya seni yang menyelitkan mesej Kerajaan.

6.3 TREATMENT

Penggabungan idea, skrip, pencahayaan, penyampaian / lakonan artis, audio, gerak kamera (*camera work*), penyuntingan, penyusunan muzik, grafik, montaj, pengadunan audio, paspapenerbitan dan segala sesuatu untuk menzahirkan daripada suatu idea, skrip hingga ke skrin TV.

6.4 MESEJ

Setiap rancangan yang diterbitkan dan disiarkan melalui RTM hendaklah membawa mesej Kerajaan sama ada secara tersirat atau tersurat (terang).

6.5 SETTING

Setting sesuatu rancangan bergantung kepada bentuk penyiaran sama ada radio atau TV serta konsep dan format rancangan itu. Set, lokasi, solekan dan fesyen rambut, pakaian, *props*, muzik, gaya percakapan, gaya penyampaian dan persembahan akan membawa *setting* yang khusus yang akan membawa audiens ke peringkat yang diperlukan untuk “mempercayai kewibawaan rancangan itu”

6.6 AUDIO DAN VISUAL

6.6.1 Audio dan visual sesuatu penerbitan rancangan mesti menepati piawaian siaran Radio / TV / Filem yang standard. Ia perlu mempunyai nilai-nilai estatika. Audio dan visual sesuatu penerbitan mesti mencapai tahap standard piawaian kejuruteraan RTM.

6.7 NILAI BINTANG / KOMERSIAL

Perlu ada nilai bintang / pakar / selebriti di kalangan pelakon / peserta sesebuah penerbitan untuk menaikkan nilai komersial dan imej RTM.

6.8 PELAKSANAAN / PENERBITAN

TV

Nilai-nilai penerbitan diutamakan. Set, lokasi, *props*, *camera works*, pencahayaan, dan kualiti audio perlu dikordinasikan untuk mempertingkatkan persembahan. Pemilihan bakat (*casting*), kostum, solekan, gubahan rambut, penulisan skrip, penyuntingan perlu mampu menyampaikan dengan berkesan maksud rancangan kepada audiens.

BAB VII

AM

Setiap sebuah rancangan yang disiarkan di RTM merupakan “Duta Penyampaian Mesej Kerajaan”.

BAHAGIAN 4

GARIS PANDUAN ARTIS SEMASA MEMBUAT PERSEMBAHAN DI RTM

1. TUJUAN

Garis panduan ini disediakan dengan tujuan:

- 1.1 Memberi bimbingan dan penjelasan kepada artis yang ingin membuat persembahan di dalam rancangan-rancangan untuk siaran RTM ;
- 1.2 Sebagai panduan dan rujukan kepada pegawai-pegawai RTM di dalam penerbitan rancangan-rancangan yang disiarkan melalui RTM 1 dan RTM 2.

2. PENETAPAN

- 2.1 Garis panduan ini mesti dimaklumkan kepada semua artis yang bersetuju membuat persembahan di dalam rancangan-rancangan RTM.
- 2.2 Semua artis hendaklah mematuhi garis panduan yang telah ditetapkan;
- 2.3 RTM boleh membatalkan persembahan artis, walaupun pada saat-saat akhir, sama ada untuk membuat rakaman atau muncul di dalam persembahan siaran sekiranya tidak mematuhi garis panduan yang telah ditetapkan;

3. PEMILIHAN ARTIS

3.1 Artis-artis yang membuat persembahan di dalam rancangan-rancangan RTM mestilah bebas daripada skandal, perbuatan sumbang atau apa-apa kegiatan yang menyalahi undang-undang Negara.

4. GARIS PANDUAN RAMBUT

4.1 Rambut Artis Lelaki :

4.1.1 Rambut mesti disikat dan didandan rapi ;

4.1.2 Rambut hendaklah tidak panjang dan tidak melebihi paras bahu iaitu bawah kolar kemeja ;

4.1.3 Rambut 'afro' dibenarkan dengan syarat tidak terlalu tinggi dan kembang ;

4.1.4 Rambut fesyen 'ala punk' dan juga diwarnakan berwarna-warni tidak dibenarkan ;

4.1.5 Rambut panjang yang disikat, disanggul, disiput, ditocang atau disembunyikan di bawah topi atau songkok atau dengan cara-cara lain tidak dibenarkan ;

4.2 Rambut Artis Wanita

4.2.1 Rambut diikat dan didandan rapi ;

4.2.2 Rambut fesyen 'ala punk' dan juga diwarnakan berwarna-warni tidak dibenarkan.

5. GARIS PANDUAN PAKAIAN

5.1 Pakaian / Solekan Artis Lelaki

5.1.1 Mesti berpakaian kemas dan tidak menjolok mata;

- 5.1.2 Baju tidak terbuka atau di luar terdedah luas sehingga menampakkan dada atau badan ;
- 5.1.3 Tanpa motif budaya atau di luar konteks persembahan; artis-artis tidak dibenarkan :
 - 5.1.3.1 Menconteng muka dengan sengaja ;
 - 5.1.3.2 Berpakaian 'ala punk', koyak, seluar bertampal atau tidak terurus ;
 - 5.1.3.3 Memakai subang di telinga atau hidung, memakai rantai, loket labuh tiruan dan gelang tangan ;
 - 5.1.3.4 Berseluar pendek ;
 - 5.1.3.5 Memakai topi bukan cara biasa iaitu diterbalikkan ;
 - 5.1.3.6 Menutup kepala dengan skaf dan '*headband*'
- 5.1.4 Tidak boleh memakai pakaian yang mempamerkan jenama, simbol, gambar atau perkataan lucah ;
- 5.1.5 Tidak boleh berbaju 'T' tanpa lengan dan tanpa kolar ;
- 5.1.6 Berseluar *jeans* yang menampakkan '*brand*' tidak dibenarkan. Seluar juga tidak terlalu ketat atau sendat ;
- 5.1.7 Jenis-jenis pakaian yang terlalu jarang dan juga yang membayangkan pemakai tidak berpakaian tidak digalakkan ;
- 5.1.8 Berpakaian menyerupai wanita tidak digalakkan.

5.2 Pakaian Artis Wanita

- 5.2.1 Mesti berpakaian kemas dan tidak menjolok mata ;

- 5.2.2 Baju yang dipakai mesti berlengan kecuali jika berpakaian tradisional untuk persembahan kebudayaan yang memerlukan berpakaian sedemikian ;
- 5.2.3 Tidak boleh memakai pakaian yang luas di bahagian atas atau terlalu '*low cut*'. '*bare-back*' dan tali halus *G-strings*. ;
- 5.2.4 Tidak boleh memakai pakaian yang berbelah terlalu tinggi atau terlalu ketat/sendat ;
- 5.2.5 Tidak dibenarkan berpakaian yang terlalu jarang hingga menampakkan pakaian dalam atau bentuk badan ;
- 5.2.6 Tidak boleh memakai pakaian yang mempamerkan jenama, simbol, gambar atau perkataan lucah ;
- 5.2.7 Tidak boleh berbaju 'T' tanpa lengan dan kolar serta *leotards*;
- 5.2.8 Tidak boleh memakai seluar jeans yang ketat dan sendat serta menampakkan '*brand*'. Sekiranya berseluar panjang, pakaian atas mestilah sehingga ke paras punggung ;
- 5.2.9 Tanpa motif budaya atau di luar konteks persembahan; artis-artis wanita tidak dibenarkan :
- 5.2.9.1 Menconteng muka dengan sengaja ;
 - 5.2.9.2 Berpakaian 'ala punk', koyak, bertampal dan tidak terurus ;
 - 5.2.9.3 Berseluar pendek ;

6. GERAK GERI ARTIS SEMASA PERSEMBAHAN

6.1. Artis lelaki dan perempuan dilarang :

6.1.1. Membelakangkan penonton dengan niat tidak menghormati penonton ;

6.1.2. Melakukan '*high kick*' ke arah penonton ;

6.1.3. Melakukan persembahan yang liar, menjolok mata dan perbuatan-perbuatan yang bertentang dengan tata susila persembahan ;

6.1.4. Menggalakkan penonton bersikap liar dan tidak terkawal ;

BAHAGIAN 5

KOD ETIKA PENGIKLANAN

KOD PENGIKLANAN

1. DASAR AM

Kod ini dirangka untuk melindungi kepentingan orang awam, Negara dan Kerajaan daripada anasir-anasir yang boleh mengancam perpaduan dan pertumbuhan Negara yang disebarkan melalui media penyiaran. Kod ini juga diwujudkan atas rasa tanggungjawab dan kepekaan Kerajaan terhadap kehendak masyarakat, tatanilai dan sosiobudaya Negara serta hasrat Kerajaan untuk mewujudkan satu bangsa yang bertamadun, berbudaya maju dan bermoral tinggi.

2. TUJUAN

Kod iklan ini hanya digunapakai ke atas iklan-iklan komersial yang disiarkan di stesen radio dan TV sahaja.

3. TAFSIRAN

3.1 Kod ini hendaklah digunakan secara tersurat dan tersirat;

3.2 Kod ini hendaklah terpakai bagi semua urusan pengiklanan media elektronik di stesen radio dan TV;

3.3 Dalam kod ini, melainkan jika konteksnya menghendaki makna yang lain:-

(i) "Menteri" ertinya Menteri yang bertanggungjawab bagi penyiaran;

(ii) "Kementerian" ertinya Kementerian Penerangan;

(iii) "pihak berkuasa" ertinya Menteri Penerangan atau mana-mana pegawai kementerian yang diberi kuasa oleh Menteri berkenaan;

(iv) "lesen" ertinya lesen penyiaran yang dikeluarkan di bawah Akta Penyiaran 1988;

- (v) “barangan” ertinya apa-apa produk, perkhidmatan dan fasiliti yang diiklankan;
- (vi) “iklan” ertinya apa-apa tanda, gambaran (imej) atau bunyi yang dipancarkan melalui media elektronik bagi maksud pengiklanan dan masa siarannya dibayar oleh pengiklan;
- (vii) “kanak-kanak” ertinya kanak-kanak yang berumur 18 tahun ke bawah;
- (viii) “pengguna” ertinya mana-mana orang atau organisasi yang menggunakan masa siaran perdagangan bagi tujuan pengiklanan atau yang menerbitkan iklan; dan
- (ix) “pengiklan” ertinya mana-mana orang atau organisasi yang menggunakan masa siaran perdagangan bagi tujuan pengiklanan atau yang menerbitkan bahan-bahan iklan.

4. PIHAK BERKUASA

- 4.1 Menteri berhak, menurut budi bicaranya, meminda, membatalkan atau menambah mana-mana peraturan di dalam kod ini dari semasa ke semasa.
- 4.2 Mana-mana keraguan tentang perkataan ataupun ayat di dalam kod ini hendaklah diperjelaskan oleh Menteri yang mana keputusannya adalah muktamad; dan
- 4.3 Adalah menjadi kewajipan pemegang lesen penyiaran menentukan bahawa iklan yang disiarkannya mematuhi kod ini dan arahan yang diberikan oleh Menteri dari semasa ke semasa.

5. TARIKH KUATKUASA

Kod ini berkuatkuasa mulai 1 Oktober 1998.

6. IDENTIFIKASI IKLAN

Iklan meliputi sebarang bentuk komunikasi dan institusi yang bertujuan mempromosi jualan barangan atau perkhidmatan tanpa mengambilkira

bentuk media yang digunakan. Sesuatu iklan hendaklah dapat dikenalpasti dengan mudah sebagai bahan pengiklanan, tidak kira apa jua bentuknya.

7. KESOPANAN

7.1 Iklan tidak boleh mengandungi apa-apa penyampaian secara oral atau visual yang bercanggah atau menghina kesopanan yang lazim dipraktik oleh masyarakat Malaysia.

7.2 Iklan juga tidak boleh mengandungi unsur-unsur yang tidak sesuai dengan budaya masyarakat Malaysia, mengandungi adegan-adegan yang mengghairahkan yang membawa aksi yang tidak bermoral.

8. KEBENARAN

Iklan mesti jujur, benar dan betul. Ia perlu mengelakkan apa sahaja yang boleh meragukan.

9. KEPEKAAN

Iklan hendaklah peka terhadap suasana dalam masyarakat Malaysia yang berbilang agama, kaum dan adat dan tidak menyinggung perasaan atau menghina jantina atau politik atau orang perseorangan.

10. KETAKUTAN DAN TAHYUL

Iklan tidak boleh mengeksploitasi kepercayaan tahyul dan ketakutan dan lain-lain perihal yang mudah dipercayai melainkan di dalam kes-kes yang munasabah.

11. PERBANDINGAN

Perbandingan secara tidak langsung adalah dibenarkan bagi menggambarkan aspek teknikal, elektronik, faedah-faedah yang berkaitan dan objektifnya serta sifat-sifat barangan dan perkhidmatan yang diiklankan.

12. PENGHINAAN DAN MEMBURUKKAN NAMA

Penghinaan dan memburukkan aktiviti, syarikat atau barangan lain, walaupun tidak disebut secara khusus adalah tidak dibenarkan.

13. PENIRUAN DAN EKSPLOITASI

Sebarang peniruan diiklan yang dibuat secara berlebihan mestilah dielakkan walaupun ia berkaitan dengan barangan bukan saingan, khususnya jika ia mudah dikelirukan dengan iklan lain.

14. TESTIMONIAL

Testimonial mestilah asli, bertanggungjawab dan boleh dibuktikan.

15. PERLINDUNGAN PRIVASI

Iklan tidak boleh menggambarkan atau merujuk, dalam cara mana sekalipun, hak peribadi atau hak awam mana-mana orang melainkan setelah mendapat kebenaran bertulis daripada yang berkenaan ataupun keluarga terdekat yang berkenaan.

16. KESELAMATAN

Apabila mengiklankan barangan yang mempunyai ciri-ciri yang berbahaya terutama apabila keadaan berbahaya ini tidak dapat dikenalpasti oleh pengguna, pengiklan perlu memaklumpkannya secara jelas. Pengiklan tidak boleh memberi sebarang maklumat atau keterangan atau sebagainya yang menyebabkan pengguna mengabaikan keselamatan atau yang menyebabkan

pengguna mengambil mudah terhadap tanggungjawab keselamatan yang perlu mereka ambil.

17. KEKERASAN DAN KEKEJAMAN

Iklan hendaklah tidak mengandungi apa-apa perkara yang mungkin mendatangkan atau menyokong perbuatan kekerasan, jenayah, penyalahgunaan undang-undang atau tingkahlaku anti-sosial.

18. GERENTI

Penggunaan perkataan gerenti perlu disertakan dengan maklumat kandungan dan jaminan yang ditawarkan atau petunjuk maklumat yang terdapat tentang jaminan tersebut.

19. KEGANASAN, KEKERASAN DAN PERBUATAN SUMBANG

Iklan tidak boleh mengandungi kenyataan atau gambaran fizikal atau perbuatan sumbang atau sesuatu yang boleh dianggap sebagai biadab, lucu dan jijik terhadap perasaan dan citarasa pengguna.

20. MORAL, SIVIL, PEGANGAN AGAMA DAN KEHORMATAN DIRI

Iklan tidak boleh menghina moral, sivil dan pegangan agama rakyat. Iklan mesti menghormati kemuliaan manusia dalam segala bentuk dan ungkapan.

21. WANITA & LELAKI DALAM IKLAN

a. Autoriti

Kaum wanita dan lelaki hendaklah ditunjukkan sebagai mempunyai autoriti dan hak di dalam menentukan sesuatu.

b. Hak membuat keputusan

Iklan mesti menunjukkan kaum wanita dan lelaki adalah sama-sama berkuasa membuat keputusan di dalam menentukan pembelian.

c. Keganasan

Pengiklan tidak boleh menunjukkan kaum lelaki mengugut atau menindas kaum wanita dan sebaliknya.

d. Perbandingan jantina

Pengiklan tidak boleh mengeksploitasi kaum wanita dan lelaki berdasarkan jantina apabila mempromosi barangan mereka.

e. Kepelbagaian

Iklan mesti menunjukkan bahawa kaum wanita dan lelaki dipelbagai peringkat umur boleh turut serta di dalam sebarang bentuk aktiviti baik di rumah mahupun di luar rumah.

22. KANAK-KANAK DALAM IKLAN

22.1 Pengiklan tidak boleh menjual barangan yang bukan untuk kanak-kanak. Sebagai contoh, iklan yang menjual vitamin atau ubat patut ditujukan kepada golongan dewasa dan bukan kanak-kanak.

22.2 Penggunaan kanak-kanak dalam iklan tidak digalakkan melainkan jika barangan yang diiklankan mempunyai kaitan langsung kepadanya;

22.3 Iklan hendaklah tidak mempromosi apa jua barangan yang boleh membahayakan kanak-kanak sama ada dari segi fizikal, mental mahupun moral;

22.4 Iklan tidak dibenarkan mengambil kesempatan ke atas sifat mudah percaya dan ketaatan kanak-kanak;

- 22.5 Pengiklan tidak boleh menimbulkan perasaan bahawa dengan menggunakan produk mereka, kanak-kanak akan merasa bangga. Mereka juga tidak boleh membuat kanak-kanak merasa tersingkir sekiranya mereka tidak menggunakan produk tersebut.
- 22.6 Iklan yang mempunyai unsur kebinasaan diri yang dirasa boleh mendatangkan kesan emosi kepada kanak-kanak hendaklah dielakkan;
- 22.7 Rayuan secara langsung atau perbuatan mengugut supaya membeli mestilah tidak diperlakukan kepada kanak-kanak melainkan barangan yang diiklankan itu merupakan sesuatu yang mungkin mereka minati yang dijangka munasabah untuk mereka memilikinya;
- 22.8 Pengiklan tidak dibenarkan untuk mengesyorkan kanak-kanak membeli produk mereka atau membuat ibu bapa membeli untuk mereka; dan
- 22.9 Pengiklan tidak dibenarkan menunjukkan kanak-kanak atau orang dewasa membuat sesuatu yang berbahaya dengan produk mereka.

23. BARANGAN JENAMA ROKOK

- 23.1 Apa-apa jenis perniagaan yang menggunakan jenama rokok hendaklah menjalankan urusan yang bukannya mengiklankan rokok;
- 23.2 Gambar pek atau rokok ataupun sebahagian daripada pek atau rokok tidak dibenarkan; dan,
- 23.3 Barangan yang menyerupai atau mirip dengan pek rokok, rokok atau aksesori merokok juga tidak dibenarkan.

24. IKLAN-IKLAN UBAT, RACUN MAKHLUK PEROSAK, IKLAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG MENGANDUNGI TUNTUTAN & IKLAN INSTITUSI PENGAJIAN TINGGI LUAR NEGARA

24.1 Iklan ubat, rawatan perubatan dan fasiliti perubatan adalah di bawah bidang kuasa Lembaga Iklan Ubat, Kementerian Kesihatan Malaysia(K.K.L.I.U);

24.2 Iklan racun makhluk perosak adalah di bawah bidang kuasa Lembaga Racun makhluk Perosak, Kementerian Pertanian Malaysia;

24.3 Iklan makanan dan minuman yang mengandungi tuntutan adalah di bawah bidang kuasa Unit Kawalan Mutu Makanan, Kementerian Kesihatan Malaysia; dan

24.4 Institusi Pengajian Tinggi Luar Negara adalah di bawah bidang kuasa Unit Pengajian Swasta, Kementerian Pendidikan Malaysia.

25. BARANGAN DAN ADEGAN YANG TIDAK BOLEH DIKLANKAN

25.1 Barangan dan adegan yang tidak boleh diiklankan adalah seperti berikut :

- (i) Khinzir dan barangan yang berkaitan dengannya;
- (ii) Minuman beralkohol dan arak dan jenama barangan yang berkaitan dengannya;
- (iii) Apa-apa bentuk spekulasi kewangan yang bertujuan untuk mempromosi atau menarik minat pembelian sesuatu stok atau saham;
- (iv) Apa-apa bahan yang diharamkan melalui Akta Perkhidmatan Pos 1991 (Akta 465) di mana ia bertujuan untuk menipu dan mengelirukan;

- (v) Notis-notis kematian, urusan pengebumian, tugu-tugu perkuburan;
- (vi) Mesej-mesej peribadi termasuk ucapan tahniah dan takziah;
- (vii) Ahli nujum atau tukang tilik nasib dan sebagainya;
- (viii) Agensi perkahwinan dan kelab persahabatan atau mencari jodoh;
- (ix) Agensi perkhidmatan tenaga kerja yang tidak berlesen;
- (x) Apa-apa bentuk perjudian termasuk memberi tip pertaruhan dan perjudian;
- (xi) Organisasi, syarikat atau orang persendirian yang mahu mengiklankan bagi tujuan memberi tip pertaruhan atau perjudian;
- (xii) Rokok dan aksesoriya;
- (xiii) Tuala wanita dan lampin orang dewasa;
- (xiv) Pakaian yang mengandungi perkataan atau simbol yang siap dicetak yang mempunyai mesej, perkataan atau mesej yang tidak sopan;
- (xv) Pakaian dalam;
- (xvi) Adegan menonjolkan ketiak;
- (xvii) Adegan yang mengghairahkan dan kurang sopan termasuk adegan cium sesama dewasa, adegan bercumbu;
- (xviii) adegan-adegan disko;
- (xix) Adegan yang mengghairahkan dan kurang sopan;
- (xx) Penggunaan nombor satu (1) sama ada dalam bentuk angka ataupun perkataan bagi tujuan mempromosikan barangan ataupun perkhidmatan;
- (xxi) Barangan pelangsingan badan (*slimming product*) yang digunakan secara oral ataupun aplikasi luar badan;
- (xxii) Permainan bunga api dan mercun; dan
- (xxiii) Barangan-barangan lain atau adegan yang diputuskan oleh Kementerian dari semasa ke semasa.

BAHAGIAN 6

KOD GENERIK

1. LATAR BELAKANG

Pada masa ini, sama ada secara tidak sengaja atau dirancang, banyak kandungan program yang bercampuraduk dengan pengiklanan. Dalam keadaan tertentu, penonton seperti disajikan dengan bahan program yang tidak dapat dibezakan sama ada ia merupakan sebuah rancangan atau sebuah iklan yang berbayar.

Secara jelasnya penonton tidak seharusnya dikelirukan atau dipengaruhi oleh penonjolan yang berlebihan sesuatu produk, perkhidmatan, jenama, logo atau individu yang boleh dikaitkan dengan pengiklanan.

2. OBJEKTIF

Kod ini disediakan dengan tujuan :

- 2.1 Sebagai panduan kepada para penerbit supaya berkeupayaan untuk mengasingkan bahan rancangan dan bahan-bahan yang mempunyai unsur-unsur pengiklanan dalam kandungan rancangan.
- 2.2 Membentuk garis panduan supaya program yang dihasilkan adalah sebuah rancangan dan bukannya iklan berbayar secara tak langsung.
- 2.3 Pertimbangan yang wajar dalam memberikan penonjolan terhadap sesuatu produk, perkhidmatan, jenama, logo atau individu yang boleh dikaitkan dengan pengiklanan.

3. ASAS PERTIMBANGAN

Oleh kerana isu-isu pengiklanan tidak langsung yang sering diabaikan, satu garis panduan yang komprehensif wajar disediakan untuk diterima pakai dalam penerbitan, siaran mahupun di peringkat penapisan di RTM.

4. CADANGAN / SYOR

- 4.1 Semua pegawai di peringkat penerbitan, siaran, dan penapisan perlu faham dan dimaklumkan dengan dokumen ini.
- 4.2 Di pihak penaja sebarang perjanjian usahasama dalam menerbitkan rancangan perlu mematuhi Kod Generik ini.
- 4.3 Sekiranya sesuatu perjanjian dibuat di luar daripada amalan Kod Generik ini, pihak penaja perlu memaklumkan perincian perkara tersebut kepada RTM.
- 4.4 Amalan pengiklanan sama ada langsung atau tidak langsung wajib beretika dalam semua keadaan.

5. PENGENALAN

- 5.1 Kod amalan ini dikeluarkan oleh Jabatan Penyiaran Malaysia atau RTM dan RTM mempunyai kuasa untuk meminda atau menolak sebarang rancangan televisyen yang tidak mematuhi kod.
- 5.2 Kod ini menggariskan faktor yang perlu diambil kira apabila membuat pertimbangan editorial (*making editorial judgement*) mengenai Pengiklanan Tidak Langsung.

- 5.3 Kod ini menggambarkan prinsip umum. Ia diguna pakai sama ada yang tersurat atau tersirat dan perlu dikuatkuasa semasa.

6. PENGASINGAN RANCANGAN DAN BAHAN PENGIKLANAN

- 6.1 Pengiklanan tidak langsung dalam rancangan televisyen dimaksudkan kepada campur-aduk bahan rancangan dan pengiklanan atau bahan pengiklanan yang tersemat di dalam kandungan rancangan, sama ada tidak sengaja atau dirancang. Sebagai prinsip, pengiklanan sepatutnya dapat ditafsir dan diasingkan daripada rancangan. Rasional di sebaliknya penegahan pengiklanan tidak langsung ialah penonton sepatutnya tidak dikelirukan sama ada mereka menonton sebuah rancangan atau iklan berbayar. Bahan pengiklanan mesti dikenalpasti dengan jelas supaya penonton dapat membuat perbezaan dan tafsiran sendiri.
- 6.2 Pada umumnya, penempatan bahan pengiklanan sepatutnya dihadkan kepada masa siaran iklan berbayar. Pengecualian boleh dibuat dalam keadaan berikut:
- a) Ia mungkin mustahak dalam rancangan berbentuk berita atau *factual* (majalah, sukan, dokumentari, perniagaan dan lain-lain) untuk memasukkan rujukan atau petikan daripada iklan tertentu. Ia sepatutnya tidak memberi penekanan yang lebih daripada keperluan untuk tujuan khusus; atau
 - b) Sesuatu rancangan televisyen boleh merujuk kepada atau menggunakan petikan daripada iklan dengan syarat pemilihan dan julat iklan adalah hanya tertakluk kepada keperluan editorial rancangan itu. Khususnya, penggunaan ini tidak boleh di dalam keadaan apa sekalipun dipengaruhi oleh pertimbangan pengiklanan.

7. PENONJOLAN BERLEBIHAN

Penonjolan berlebihan tidak boleh diberi dalam mana-mana rancangan terhadap suatu produk, perkhidmatan, jenama, atau logo berbentuk komersial atau seseorang yang dihubungkan dengan yang disebut di atas sehingga kaitan tersebut dianggap pengiklanan. Kaitan sedemikian mesti dihadkan kepada apa yang jelas dijustifikasikan oleh keperluan editorial rancangan itu sendiri atau berbentuk sampingan.

8. NASIHAT KONSUMER

Rancangan yang mengandungi bahan yang menawarkan atau memasukkan kajian semula atau nasihat terhadap produk atau perkhidmatan perlu guna pakai piawaian yang tertinggi serta wajar dalam keperluan editorial. Objektif sebenar penggunaan bahan mesti *bona fide* terhadap pengguna dan persembahannya hendaklah berpatutan dan objektif. Di samping itu, pemegang lesen perlu memastikan peraturan berikut dipatuhi :

- 8.1 Pemegang lesen atau penerbit rancangan sepatutnya tidak menerima sebarang pertimbangan untuk membuat rujukan kepada produk atau perkhidmatan di dalam rancangan sedemikian;
- 8.2 Bahan sedemikian mesti dirancang untuk menyampaikan maklumat pengguna yang benar dan objektif mengenai produk dan perkhidmatan;
- 8.3 Sebutan jenama mesti relevan dan berkenaan dengan objektif rancangan, produk, dan perkhidmatan adalah dipilih secara objektif tanpa mengambil kira terhadap pembuat atau pembekal produk atau perkhidmatan;
- 8.4 Bahan sedemikian sepatutnya didasarkan pada penyelidikan setakat mana ia dapat diamalkan;

- 8.5 Maklumat yang disampaikan mesti tepat dan tidak memperdayakan dengan menutup faktor yang sebaliknya;
- 8.6 Mengamalkan julat firma atau produk atau perkhidmatan yang luas setakat mana mungkin terkandung dalam rancangan yang tidak memberi kelebihan yang tidak saksama atau keburukan ke atas sesuatu jenama atau firma tertentu. Dalam kes sesuatu rancangan bersiri, pemegang lesen boleh meliputi julat produk dan perkhidmatan dalam siri yang sama dan tidak semestinya dimuatkan ke dalam satu episod;
- 8.7 Sementara tafsiran yang saksama dan objektif ke atas produk atau perkhidmatan tertentu dibenarkan, pengacara patut mengelakkan daripada terbawa-bawa oleh pemilihan peribadi dan menghujani produk atau perkhidmatan dengan pujian berlebihan dan butiran yang tidak perlu dan dengan itu memberi kelebihan yang tidak wajar mengatasi produk atau perkhidmatan lain;
- 8.8 Bahan sedemikian sepatutnya tidak termasuk produk atau perkhidmatan disebabkan bahan tersebut tidak diterima untuk pengiklanan di bawah kod pengiklanan;
- 8.9 Produk yang relevan mesti mempunyai kelulusan dari badan yang relevan.

9. PERKAITAN DENGAN NAMA KOMERSIAL DALAM RANCANGAN SUKAN

Perkaitan dengan nama komersial dalam rancangan sukan diterima dan tidak dianggap sebagai memberi penekanan berlebihan kepada nama komersial sekiranya keadaan berikut dipenuhi :

Perkaitan yang dimaksudkan ialah :

Penghargaan ke atas pemberi perkhidmatan teknikal masa sebenar atau data khusus lain berhubung terus kepada acara sukan yang diberi liputan; atau

Dijustifikasikan oleh keperluan editorial rancangan itu sendiri; atau

Dimasukkan ke dalam sesuatu rancangan sukan *live* yang diperoleh daripada pemegang lesen; atau

Dimasukkan ke dalam rancangan sukan melalui pancaran satelit yang dihantar oleh pemegang lesen yang tidak menerima apa-apa bayaran atau lain-lain pertimbangan yang berharga untuk memasukkan perkaitan di dalam rancangan.

Pemegang lesen tidak menerima bayaran atau lain-lain pertimbangan yang berharga bagi memasukkan perkaitan di dalam rancangan;

Bahan yang dipersembahkan, pada pendapat RTM, tidak mengganggu keseronokan menonton atau mengganggu hiburan; dan

Perkaitan tidak dihubungkan dengan sesuatu produk atau perkhidmatan yang tidak diterima untuk pengiklanan di bawah kod-kod amalan, syarat pemegang lesen atau undang-undang Malaysia.

10. PERKAITAN DENGAN HADIAH DALAM RANCANGAN PERTANDINGAN

Perkaitan dengan hadiah tidak boleh dibuat dengan cara mana ia akan memberi gambaran pengiklanan. Perkaitan aural atau visual kepada hadiah atau penghargaan kepada sumber hadiah dibenarkan sekiranya perkaitan aural dan visual ini tidak digunakan berlebihan. Walau bagaimanapun tidak boleh ada perkaitan promosi kepada mana-mana produk atau perkhidmatan.

Persembahan produk tembakau sebagai hadiah atau sugu hati untuk pertandingan tidak dibenarkan. Persembahan arak, alkohol sebagai hadiah atau sugu hati dalam keterasingan untuk pertandingan tidak dibenarkan.

BAHAGIAN 7

GARIS PANDUAN PENGGUNAAN BAHASA MALAYSIA STANDARD RTM

SILA LIHAT APENDIKS

PELAKSANAAN DASAR SEBUTAN DAN ISTILAH BAHASA MALAYSIA DI RTM: PENCAPAIAN, HALANGAN DAN CABARAN

Oleh: DATO' ADILAH SHEK OMAR

Pengerusi Jawatankuasa Istilah dan Sebutan Bahasa Malaysia

Jabatan Penyiaran Malaysia

1. PENDAHULUAN

Radio Televisyen Malaysia (RTM) memang serius dalam usaha memantapkan dan mengembangkan penggunaan bahasa Malaysia dalam operasinya. Ini atas kesedaran di samping berperanan penting sebagai saluran komunikasi dan penyampai maklumat, RTM juga mempunyai tanggungjawab sosial mengembangkan bahasa.

Menyedari akan peranan dan tanggungjawab itu, RTM :

- 1.1 Memberikan perhatian serius kepada semua resolusi berkaitan bahasa kebangsaan dan bersedia menggunakannya dalam operasi harian, dan
- 1.2 Proaktif terhadap sebarang perubahan, teguran dan cadangan pembaikan.

2. PELAKSANAAN DAN PENCAPAIAN

2.1 Bahasa kebangsaan sebagai bahasa siaran.

Bahasa kebangsaan wajib digunakan sepenuhnya sebagai bahasa rasmi pengucapan dan keseluruhan siaran di rangkaian-rangkaian radio berbahasa Malaysia di peringkat kebangsaan, negeri dan antarabangsa.

Bagi siaran TV di RTM pula, dasar penggunaan bahasa Malaysia juga dilaksanakan mengikut garis panduan yang ditetapkan. Penyiaran rancangan-rancangan dalam bahasa Inggeris, Mandarin dan Tamil masih dibenarkan berdasarkan peratusan tertentu. Ini terutama bagi siaran berita serta rancangan-rancangan majalah, dokumentari dan bicarawara untuk memenuhi keperluan masyarakat majmuk di negara ini. Penyiaran rancangan-rancangan dalam bahasa asing yang diimport pula diwajibkan menggunakan sarikata dalam bahasa Malaysia.

2.2 Memastikan penggunaan bahasa yang betul dalam siaran.

Bahasa Malaysia yang digunakan di RTM ialah bahasa standard mengikut tatabahasa yang digubal oleh Dewan Bahasa dan Pustaka. Radio Televisyen Malaysia mengamalkan sebutan standard RTM sejak awal 1980-an. Bahasa Melayu disebut mengikut loghat Johor-Riau manakala sebutan bagi kata-kata serapan yang dipinjam daripada bahasa Inggeris disebut mengikut visual (ejaan) kecuali beberapa perkataan yang belum mantap. Contohnya, **survival**, **balet**, **calet**, **bufet**, **item**, **fundamental**, **ikon** dan beberapa perkataan lain.

Takrif sebutan baku di RTM

Sebutan baku ialah sebutan yang digunakan dalam situasi formal atau rasmi. Di RTM sebutan baku (standard RTM) digunakan dalam penyampaian berita radio dan televisyen, penyampaian program majalah dan dokumentari, penyampaian hebahan, ulasan dan pengacaraan rancangan melalui radio dan televisyen.

Bahasa dalam drama merupakan bahasa percakapan seharian, namun seboleh mungkin tidak menggalakkan bahasa pasar dan bahasa yang bercampur aduk (bahasa rojak).

Bahasa di radio pula merupakan bahasa pertuturan, yang demikian struktur bahasa tidak terlalu formal. Walau bagaimanapun, penyiar RTM mesti memberi perhatian kepada kemurnian bahasa Melayu. Dalam hal ini, penggunaan bahasa mesti mengikut tatabahasa, nahu, intonasi dan struktur yang tepat.

Kerjasama dengan Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP)

Kerjasama ini wujud sejak tertubuhnya DBP. RTM sentiasa membantu DBP dalam usaha memartabatkan bahasa Melayu di negara kita. Pada waktu ini, RTM sedang melaksanakan penggunaan bahasa Melayu mengikut Panduan Tahap Pelaksanaan Sebutan Baku seperti yang disarankan oleh DBP.

Tahap Pertama : Sebutan Umum Kata-Kata Melayu – untuk membaiki atau memantapkan cara sebutan kata-kata Melayu.

Tahap Kedua : Sebutan bagi kata-kata serapan bahasa Inggeris – untuk membaiki atau memantapkan cara sebutan kata pinjaman supaya sesuai dengan sebutan Melayu.

Tahap Ketiga : Sebutan Kata Pinjaman Bahasa Arab – untuk memperbaiki sebutan kata-kata pinjaman bahasa Arab, supaya tidak menimbulkan sebutan yang salah.

Tahap Keempat : Sebutan Kata Terbitan – untuk menentukan satu cara sahaja sebutan bagi kata terbitan.

Tahap Kelima : Sebutan bagi Sistem Keselarasan Vokal – untuk menentukan satu sahaja sebutan bagi huruf ‘i’ dan ‘u’ di suku kata akhir tertutup sistem keselarasan vokal.

Tahap Keenam : Sebutan bagi nama khas – untuk memperbaiki sebutan nama khas diri manusia, tempat, nama institusi dan akronim nama khas yang terdapat di dalam dan luar negara.

Tahap Ketujuh : Sebutan huruf ‘a’ di akhir perkataan Melayu asli – untuk memperbaiki sebutan huruf ‘a’ di akhir kata Melayu asli. Tahap ini merupakan tahap yang akhir dalam memahirkan sebutan baku bahasa Melayu.

Pengurusan RTM sentiasa memastikan kakitangan penting di bahagian siaran terutama penerbit, penyunting, penterjemah dan juruhebah mahir menggunakan bahasa Malaysia. Ini penting bagi memastikan mereka mampu melaksanakan tugas menyampaikan maklumat secara cekap dan berkesan di samping membantu mengembangkan dan meluaskan penggunaan bahasa Malaysia kepada seluruh anggota masyarakat.

2.3 Pemantauan berterusan Jawatankuasa Istilah dan Sebutan RTM

Jawatankuasa Istilah dan Sebutan Bahasa Malaysia yang ditubuhkan di RTM sejak awal tahun 1970-an dan dipengerusikan oleh seorang pegawai kanan RTM serta dianggotai oleh pengawal-pengawal rangkaian siaran terus melaksanakan tugas :

- 2.3.1 Memantau perkembangan semasa bahasa.
- 2.3.2 Memantau siaran radio dan TV serta menegur setiap kesilapan sebutan dan kegagalan mematuhi tatabahasa oleh penyiar. Pantau tegur ini meliputi tulisan dan paparan grafik di TV dan terjemahan sari kata pada filem asing. Jawatankuasa ini juga turut bertanggungjawab memantau tegur papan tanda, minit mesyuarat serta risalah dan bahan percetakan terbitan jabatan termasuk buku cenderamata.
- 2.3.3 Menyebarkan maklumat dan penemuan-penemuan baru berkaitan bahasa dan tatabahasa kepada semua kakitangan melalui Warta Sebutan dan Istilah. Warta yang sama turut menyiarkan panduan tatabahasa, panduan sebutan dan memaparkan pelbagai kesilapan tatabahasa yang sering dilakukan.
- 2.3.4 Bertanggungjawab menetapkan prinsip asas bagi panduan penggunaan bahasa dan istilah untuk siaran RTM dan memastikan penggunaan serta sebutan bahasa yang betul melalui siaran radio dan televisyen.
- 2.3.5 Menyiarkan rancangan 'Sebutlah Yang Betul' di Radio 1 setiap hari yang turut disiarkan oleh semua stesen radio negeri. Rancangan ini yang mengutarakan sebutan yang betul bagi sepatah perkataan sehari menekankan penggunaan kata serapan daripada bahasa Inggeris. Di samping bertujuan membimbing masyarakat, rancangan ini sekaligus turut memberi panduan sebutan yang betul kepada kaitangan RTM.
- 2.3.6 Menganjurkan seminar, ceramah, kursus dan sesi bimbingan bahasa kepada kakitangan di peringkat ibu pejabat dan stesen-stesen penyiaran negeri.

3. ISU DAN CABARAN RTM DALAM MENDAULATKAN PENGGUNAAN BAHASA MALAYSIA

3.1 Cabaran dalaman

3.1.1 Pencemaran bahasa dalam siaran RTM.

Pencemaran dalam penggunaan bahasa Malaysia di RTM masih berlaku walaupun telah berjaya dikurangkan dengan banyaknya hasil proses pantau tegur yang berterusan oleh Jawatankuasa Istilah dan Sebutan. Kesilapan yang dikesan ialah penggunaan bahasa rojak di kalangan penyiar radio, pengacara program swasta, pengacara Selamat Pagi Malaysia selain penggunaan kata sendi yang tidak tepat dan aspek sebutan oleh para penyiar.

Punca kesilapan : Sikap tidak prihatin petugas terhadap aspek tatabahasa khususnya melibatkan penyiar sambilan atau bahan-bahan siaran yang dibekalkan oleh pihak swasta.

Cadangan mengatasi : Semua pengawal siaran telah diperingatkan supaya meningkatkan pemantauan dan menegur segala kesilapan yang dilakukan oleh kakitangan masing-masing untuk mengelakkan kesilapan yang sama terus berulang.

3.1.2 Kesilapan tatabahasa dalam siaran berita radio dan TV

Kesilapan tatabahasa dan sebutan dikesan masih berlaku yang melibatkan penyuntingan dan pemberita termasuk yang membuat laporan dari lokasi. Kesilapan yang berpunca daripada penyampai berita telah berjaya dikurangkan dengan banyaknya.

Punca kesilapan : Kesilapan sering dilakukan oleh segelintir petugas yang baru dilantik berkhidmat sebagai penyunting atau pemberita.

Cadangan mengatasi : Pengawal Berita Radio dan Pengawal Berita TV perlu meningkatkan pemantauan hasil kerja semua pemberita, penyunting dan penyampai berita. Segala kesilapan perlu diperbetulkan sebelum berita disiarkan manakala kesilapan yang telah berlaku semasa siaran hendaklah dimaklumkan segera kepada petugas berkenaan untuk mengelakkan mereka mengulangi kesilapan yang sama.

3.1.3 Kesilapan dalam penulisan surat rasmi, minit mesyuarat dan bahan-bahan risalah terbitan Jabatan.

Sesetengah surat rasmi yang dikeluarkan oleh pegawai-pegawai kanan dan pengawal-pengawal bahagian di RTM masih terdapat kesilapan tatabahasa dan tidak mengikut format penulisan.

Kesilapan juga turut dikesan dalam catatan minit mesyuarat dan risalah-risalah rasmi terbitan Jabatan termasuk buku laporan, buku cenderamata rasmi, poster, kain rentang, brosur, majalah rasmi, kertas makluman, kertas kabinet dan persembahan *power point*.

Punca kesilapan : Ketidakprihatinan pegawai terhadap aspek tatabahasa. Ada yang masih memandang perkara ini sebagai kecil dan remeh walaupun jawatankuasa sering membuat teguran termasuk melalui mesyuarat-mesyuarat rasmi Jabatan dan mengedarkan risalah berkaitan bahasa Melayu.

Cadangan mengatasi : Setiap pegawai perlu sentiasa prihatin terhadap penulisan semua dokumen rasmi. Jawatankuasa akan terus memantau dan membuat teguran untuk pembetulan bagi mengelakkan kesilapan yang sama terus berlaku.

3.2 Cabaran luaran

Usaha RTM mendaulatkan penggunaan bahasa Malaysia yang betul turut berhadapan dengan masalah pihak luar yang tidak serius dalam usaha ini. Antaranya :

3.2.1 Stesen radio dan TV swasta

Sebilangan stesen radio dan TV swasta tidak serius mendaulatkan penggunaan bahasa Malaysia. TV3 umpamanya yang suatu ketika dulu dipuji kerana menggunakan bahasa baku sepenuhnya dalam siaran kini telah mengabaikan pendekatan tersebut. Paling ketara dalam aspek sebutan kata serapan yang sepatutnya disebut mengikut visual kini kembali disebut dalam bahasa asal. Contoh paling ketara yang disiarkan melalui Buletin Utama dan Berita Terkini ialah seperti perkataan 'industri' yang disebut 'indastri', 'perbankan' disebut 'perbenkan', 'struktur' disebut 'structure', 'program' disebut 'progrem', 'teknologi' disebut 'teknoloji' dan sebagainya.

Masalah yang timbul ialah apabila TV3 dulu telah diiktiraf dan dipuji oleh pelbagai pihak kerana berjaya melaksanakan sebutan bahasa Malaysia baku yang betul, masyarakat akan terus menganggap kesilapan yang dilakukannya sekarang juga sebagai betul. Ini sudah tentu mengelirukan masyarakat terutamanya pelajar. Kecuaian berkenaan bertentangan dengan usaha RTM yang sedang melaksanakan sebutan yang betul.

Cadangan mengatasi : TV3 dan stesen penyiaran swasta yang lain perlu lebih prihatin dan tidak mengabaikan aspek tatabahasa dalam penerbitan rancangan dan penyampaian.

3.2.2 Penganjuran acara rasmi kerajaan

Personaliti RTM sering diundang sebagai pengacara majlis-majlis rasmi Kerajaan. Kebolehan mereka menggunakan sebutan yang tepat dan betul diharap boleh menjadi contoh sebutan yang betul kepada hadirin termasuk para kenamaan dan pemimpin.

Permasalahan : Ada ketikanya, semasa raptai atau latihan, penganjur menegur pengacara berkenaan kerana menganggap gaya sebutan yang digunakan salah (walaupun betul aspek tatabahasanya) kerana tidak selari dengan sebutan formal yang sedia terpakai dalam organisasi tersebut sejak lama dulu. Contohnya dalam perkhidmatan tentera dan polis.

Cadangan mengatasi : Dewan Bahasa dan Pustaka perlu mengadakan taklimat bahasa kepada pegawai-pegawai protokol dan majlis rasmi di semua jabatan dan agensi kerajaan agar mereka lebih memahami aspek tatabahasa dan sebutan yang betul.

3.2.3 Kegagalan menggunakan tatabahasa dan sebutan yang betul di kalangan tokoh dan pemimpin negara.

Kesilapan menggunakan tatabahasa dan sebutan yang betul sering dilakukan oleh tokoh dan pemimpin semasa berucap di majlis-majlis rasmi atau dalam sidang media. Lebih malang lagi kesilapan tersebut turut disiarkan dalam siaran radio dan TV.

Kesan kesilapan kepada masyarakat : Memandangkan pemimpin sebagai golongan yang berpengaruh, masyarakat akan menganggap kesilapan tatabahasa mereka sebagai betul. Lebih malang, kesilapan tersebut akan menjadi ikutan masyarakat.

Cadangan mengatasi : Semua risalah panduan terbitan Dewan Bahasa dan Pustaka berkaitan tatabahasa perlu diedarkan kepada semua pemimpin negara. Memandangkan mereka sebagai personaliti berpengaruh dan sering menjadi ikutan masyarakat, taklimat bahasa juga perlu diadakan untuk mereka bagi mengelakkan berulangnya kesilapan yang sama.

4. KESIMPULAN

“Menurut Dr. Hassan Ahmad, sebutan baku bukanlah semata-mata isu loghat Johor-Riau. Ia sebenarnya ialah perihal penyebutan yang betul menurut hukum Bahasa Melayu (BM) sebagaimana yang dijelaskan oleh pendeta Za’ba, yakni bagaimana ejaannya begitulah sebutannya dan sebaliknya. Bahasa Melayu pascamoden menerima banyak kata pinjaman terutamanya daripada Bahasa Inggeris (BI). Oleh itu, sebutan baku amat penting untuk menyelaraskan sebutan kata pinjaman menurut hukum BM. Jika hendak menyebut dalam bahasa asalnya, apalah ertinya berbahasa Melayu kerana BM sepatutnya berbunyi BM, bukan berbunyi BI, Perancis atau Arab. Hal inilah yang seharusnya jelas dalam pemikiran rakyat Malaysia.

Malangnya senario berbahasa di negara ini amat menyedihkan. Apabila kata pinjaman disebut secara baku, serta-merta ia diperli malah dihina sebagai sebutan Indonesia. Harus diingatkan, bahasa Indonesia bukanlah bahasa kelas bawahan. Bahasa Indonesia telah lama meninggalkan BM Malaysia (BMM) dalam penyebarannya ke negara-negara asing. Ia begitu mantap lantas dianggap lebih tepat daripada BMM oleh sarjana BM seantero dunia. Ditambah pula dengan kegigihan kedutaan Indonesia menyebarkan bahasa Indonesia, bahasa itu kini

dipelajari oleh penuntut asing berbanding BMM dan bertapak kukuh di pusat pengajian BM di serata dunia.

Kita memang berbangga apabila BM kini menjadi bahasa yang mempunyai penutur ke-4 terbanyak di dunia. Daripada 250 juta penutur BM seluruh dunia, mujurlah hanya 20 juta adalah dari Malaysia. Kalau tidak entah apa akan jadi dengan BM tatkala rakyat Malaysia memperlekehkan sebutan baku iaitu hukum BM. Tidak usahlah disebut perihal penggunaan, pelaksanaan dan pengukuhan BM di negara ini. Apa yang telah, sedang dan akan berlaku cukup menceritakan kisah duka BM dihambat daripada sekurang-kurang menjadi perkasa di negara sendiri.

SAYA BERHARAP TULISAN INI AKAN MENDAPAT PERHATIAN DARIPADA PIHAK-PIHAK YANG BERKAITAN UNTUK MENEGASKAN KEMBALI PENDIRIAN MEREKA DALAM ISU SEBUTAN BAKU. Yang jelas, sebutan baku bukanlah semata-mata hukum yang menidakkan sebutan 'a' di hujung perkataan sebagai 'e'. Ia merupakan pertuturan menyebut konsonan dan vokal. Kalaulah kehilangan identiti loghat Johor-Riau yang menjadi kerisauan kita, eloklah dicadangkan agar vocal 'a' di hujung perkataan kekal disebut sebagai 'e' kecuali untuk kata pinjaman pascamoden (contohnya plasma, vertebrata dan minda). Akan tetapi hukum sebutan baku yang lain tidak boleh dikompromi; kelak, hancur musnah semua loghat Melayu yang ada di nusantara ini.

Cubalah kita fikir sejenak, sanggupkah kita menyebut 'garam' sebagai 'jaram' dan 'rumput' sebagai 'rampet'? Demikian jugalah dengan kata pinjaman 'subsidi' dan 'radio'. Laraskanlah lidah nusantara kita agar tidak menyebut 'sabsidi' dan 'radio'. Kita bukannya hendak memakai sebutan yang popular seperti yang dicanangkan oleh penulis pojok itu. INGATLAH, YANG BIASA TIDAK SEMESTINYA BETUL DAN YANG BETUL TIDAK SEMESTINYA BIASA. Persoalannya mahukah kita berubah atau biarkan sahaja BM menjadi huru-hara”?

Demikian tadi, kata-kata ROY MARTIN DAYA, Cheras, Kuala Lumpur dalam ruangan FORUM, Utusan Malaysia, keluaran Rabu, 13 November 2002. Tulisan beliau bertajuk “**Hukum sebutan bahasa baku tidak boleh dikompromi**”.

RTM amat menyedari usaha mengembangkan dan mendaulatkan bahasa Malaysia adalah suatu proses yang mesti dilakukan secara berterusan. Ini atas kesedaran sebagai saluran menyampai maklumat yang penting, RTM juga mempunyai peranan yang cukup berkesan dalam mempengaruhi pemikiran dan tindakan anggota masyarakat termasuk dalam aspek penggunaan tatabahasa dan sebutan yang betul.

Bagaimanapun usaha ini perlu melibatkan komitmen semua pihak, bukan sahaja di kalangan pengurusan dan penyiar di RTM tetapi juga organisasi luar termasuk stesen penyiaran swasta yang mesti turut memberikan kerjasama. RTM yakin sekiranya komitmen ini dapat ditingkatkan, insya-Allah peranan sedia ada bahasa Malaysia sebagai bahasa pengembang tamadun bangsa dan negara akan dapat dimantapkan dan diperkukuhkan.